
Vorwort

Innovationen haben für Unternehmenserfolge seit jeher einen hohen Stellenwert. Gerade in deutschen Business-to-Business-Märkten stellen qualitativ hochwertige Neuprodukte ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal dar. Aufgrund hoher Investitionen und drohender Misserfolge bei der Entwicklung und Einführung von Neuprodukten dürfen es Unternehmen nicht versäumen, sowohl Kunden als auch Mitarbeiter zu überzeugen.

In Industriegüterunternehmen kommt in diesem Kontext insbesondere den Mitarbeitern aus dem Vertrieb eine Schlüsselrolle zu. Grund hierfür ist die Beobachtung, dass Vertriebsmitarbeiter in Business-to-Business-Märkten immer intensiver mit ihren Kunden zusammenarbeiten und in Produktentwicklungsprozesse eingebunden sind. In ihrer Funktion als Bindeglied zwischen Unternehmen und Markt führen Vertriebsmitarbeiter nicht nur neue Produkte in den Markt ein, sie fungieren auch als langjährige Berater der Kunden und erhalten tiefe Einblicke in die Herausforderungen und Entscheidungsprozesse entlang der Wertschöpfungskette. Aufgrund dieses hohen Grades an persönlicher Interaktion bei der Einführung neuer Produkte im Business-to-Business-Kontext kommt der Adoption von Innovationen durch Vertriebsmitarbeiter eine hohe Relevanz zu. Die Beantwortung der Fragen, welche Treiber der Adoption von Innovationen durch Vertriebsmitarbeiter existieren und inwieweit die Adoption von Innovationen durch Vertriebsmitarbeiter auf Kunden übertragen werden kann, stellen Ziele dieser Arbeit dar.

Die vorliegende Arbeit wurde im November 2014 von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften des Karlsruher Instituts für Technologie als Dissertationschrift angenommen. Sie entstand während meiner Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin von Prof. Dr. Martin Klarmann am Lehrstuhl für Marketing und Innovation an der Universität Passau sowie nach einem gemeinsamen Wechsel mit Prof. Dr. Martin Klarmann während meiner Zeit bei der Forschergruppe Marketing & Vertrieb am Institut für Informationswirtschaft und Marketing des Karlsruher

Instituts für Technologie. An dieser Stelle möchte ich mich bei den Personen bedanken, die zum erfolgreichen Abschluss meiner Promotion beigetragen haben.

Ein besonderer Dank gilt meinem Doktorvater Herrn Prof. Dr. Martin Klarmann für die ausgezeichnete Betreuung der vorliegenden Arbeit, aber auch für den lehrreichen und prägenden Austausch über die Grenzen des Promotionsthemas hinaus. Ich möchte mich für das entgegengebrachte Vertrauen, die Freiheiten aber auch Anleitungen bei der Ausarbeitung der Dissertation bedanken. Seine Ergebnisorientierung, seine umfangreichen empirischen Erfahrungen sowie seine fachkundige Betreuung haben mir in vielen Phasen geholfen und zum erfolgreichen Abschluss der Dissertation entscheidend beigetragen. Nicht unerwähnt möchte ich sein positives und humorvolles Wesen lassen, das zu einem stets sehr angenehmen und freundlichen Arbeitsklima beitrug. Darüber hinaus gilt mein Dank Herrn Prof. Dr. Marc Wouters für den inspirierenden Austausch und die bereitwillige Übernahme sowie zeitnahe Erstellung des Zweitgutachtens.

Weiterhin möchte ich Prof. Dr. Bruno Neibecker, Juliane Bayer, Vivien Tschsch, Rosemarie Neumeier sowie meinen (internen und externen) Kollegen für die gemeinsame Zeit danken. Vom fachlichen und menschlichen Austausch mit diesen Personen profitierte ich bei der Erstellung der Dissertation sehr. Die freundschaftliche Atmosphäre wird mir immer in Erinnerung bleiben. Sophie Fleischmann hat mich während unserer gemeinsamen Zeit am Lehrstuhl als Freundin und Ratgeberin besonders unterstützt und motiviert. Durch ihre positive Art, ihre intensive Beschäftigung mit meinem Fachgebiet und ihre ausgeprägte Hilfsbereitschaft habe ich vom Austausch mit ihr und ihrer Anwesenheit stets profitiert. Nicht zuletzt unterstützten mich in den letzten Jahren mehrere studentische Hilfskräfte bei der Arbeit. Auch ihnen möchte ich sehr herzlich danken.

Mein größter Dank gilt neben meinen Freunden vor allem meiner Familie, zu der seit über zehn Jahren auch mein Freund Patrick mit Familie gehört. Meine Mutter, meine Geschwister und insbesondere auch meine Großeltern haben mir den, für ein solches Projekt nötigen, Rückhalt und eine wohlthuende Zuversicht gegeben. Patrick danke ich für die große Unterstützung und Liebe, die er mir in den Höhen und Tiefen dieses wichtigen Lebensabschnitts entgegengebracht hat. Ein Dank gilt an dieser Stelle auch seinen Eltern. Selbst in schwierigen Phasen und trotz Distanz habe ich von meiner Familie die nötige Motivation, Zuneigung und Unterstützung erhalten. Ohne sie hätte diese Arbeit nicht entstehen können.

Anja Hildebrand

Vertriebsmitarbeiter und Innovationen

Empirische Studien in Business-to-Business-Märkten

Hildebrand, A.

2015, XV, 156 S. 16 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-10653-9